



A finals de maig, l'Associació Mundial de Diaris (WAN, World Association of Newspapers) va celebrar a Barcelona la conferència internacional "El poder de la premsa escrita". En aquestes pàgines reproduïm les paraules de benvinguda de Xavier Vidal-Folch, director adjunt d'*El País* i president del Fòrum Mundial de Directors de Diaris (WEF, World Editors Forum), que forma part de la WAN.

* Xavier Vidal-Folch és director adjunt d'*El País* des de 1989. Ha treballat en aquest diari des de 1982 on ha estat redactor en cap i delegat de l'oficina de Brusel·les.

Barcelona, ciutat de diaris

Xavier Vidal-Folch *

Aquesta ciutat que ens rep, Barcelona, fa olor de tinta. I respira comunicació, cultura. Des de fa molt de temps, des de fa més de cinc segles. Llavors, al segle XVI s'hi va encetar l'edició de diaris, encara molt rudimentaris. I la producció industrial de llibres en tota mena d'idiomes: del francès al llatí, de l'italià a l'alemany... de la mà dels llibreters privats convertits en impressors. Des d'aleshores, Barcelona és capital editorial mundial en llengua espanyola. I, per descomptat, en llengua catalana. El primer diari editat a Espanya va néixer aquí el 1641, *La Gazeta*, d'aparició setmanal, inspiració francesa i escrit íntegrament en català; així com el que durant molts anys va ser degà de la premsa continental, el *Diari de Barcelona*, que va veure la llum en la revolució data de 1792. També aquí va sorgir el més difós dels diaris comercials i familiars, *La Vanguardia*, el 1881. La primera emissora que va saltar a les ones al nostre país, Ràdio Barcelona, ho va fer també el 1924 des d'aquesta ciutat. I la primera televisió local, a la veïna població de Cardedeu, el 1980. Espigolo aquests pocs exemples, entre molts altres, però no amb l'objectiu de cultivar una afició ben estesa entre nosaltres, la rivalitat entre ciutats. Perquè altres ostenten també importants títols en aquest campionat. El que fa Barcelona diferent és un fil conductor comú

a tots aquests exemples. Aquestes iniciatives han estat producte del talent de la societat, de l'empenta dels ciutadans. No del poder polític. No de l'Estat.

Succeeix el mateix en molts altres àmbits culturals. La visita a qualsevol dels museus més significatius de la ciutat ratifica també que el seu geni creador correspon als ciutadans. Als ciutadans-artistes, notablement. Així, el Museu Picasso s'inicia gràcies a la col·lecció de Jaume Sabartés, el gran amic català del pintor, el retrat blau del qual es conserva a l'Hermitage de Sant Petersburg; la Fundació Miró va néixer per la generosa donació de l'artista; tal com passa amb la Fundació Tàpies, o amb el Museu Dalí a Figueres. A diferència dels grans museus nacionals europeus nascuts de les col·leccions de les famílies reials o imperials i del saqueig colonial, el Museu Nacional d'Art de Catalunya va sorgir de la simbiosi i col·laboració entre ciutadans-col·leccionistes privats, que van donar o llegar els seus tresors, i la iniciativa municipal. La creixent complicitat entre el sector privat i el sector públic és un altre dels trets de la identitat barcelonina, que va tenir el seu *momentum* més televisat en els Jocs Olímpics de 1992.

També van ser els ciutadans privats, o les seves associacions, els qui van crear el teatre d'òpera, el Liceu. O les escoles universitàries de negocis, ESADE i



Redacció de la Cadena Ser de Barcelona l'octubre de 1977 quan es preparaven els informatius en el nou context de llibertat informativa

IESE, que es disputen el liderat mundial de les *business schools*; o les principals caixes d'estalvis, i les seves potents fundacions culturals. I van ser els artistes els qui van fundar el primer Teatre Lliure. Van ser els industrials privats els qui en començar la Revolució

"Barcelona fa olor a tinta. I respira comunicació, cultura. Des de fa molt de temps, des de fa més de cinc segles"

Industrial van portar cap aquí les màquines de vapor i, després, van establir la primera línia ferroviària del territori peninsular espanyol, entre Barcelona i Mataró, el 1848, i van consagrar Catalunya com la "fàbrica d'Espanya". L'encís especial de Barcelona prové

del fet que segurament, juntament amb Amsterdam, és l'única gran capital europea de relleu internacional (4 milions d'habitants en l'àrea metropolitana) que no deu l'empenta moderna i contemporània a reis, papes o governs. L'única que no és capital política d'un Estat; a diferència dels anys gloriosos, però ja molt remots, de l'època medieval i de l'expansió mediterrània en competència amb les ciutats-repúbliques italianes, les empremtes de les quals, no només religioses sinó sobretot civils, perviuen als carrerons i palaus gòtics.

"Capital del Sud i ciutat del Nord", com se l'ha definit encertadament, Barcelona constitueix una variant singular i mediterrània de les viles por-

tuàries de l'Atlàntic Nord, les ciutats hanseàtiques, germinades al compàs dels ports. A diferència d'aquestes, es nodreix d'un ampli *hinterland*, al qual alhora dinamitza: Catalunya. Aquesta ciutat encarna moltes ciutats. Per exemple, i simultàniament, és la ciutat-seu de la capitalitat catalana i la ciutat-coseu de la bicapitalitat espanyola, al costat de Madrid. Bicapitalitat cultural i econòmica, abans de tot; però ara també amb la democràcia sòlidament assentada, política. El prodigi d'aquesta realitat tangible consisteix en el fet que és producte d'un invent humà, cívic. D'una voluntat. Tal com passa amb les ciutats japoneses, ni els recursos naturals del camp, ni les riqueses mineres, ni l'orografia l'acompanyen. El vell refrany popular asse-



Horst Pirker (president d'IFRA), Gavin O'Reilly (president de la WAN), Xavier Vidal-Folch (president de la WEF) i l'alcalde de Barcelona el passat mes de maig. Foto: Ajuntament de Barcelona

gura que “els catalans de les pedres en fan pans”. Han fet del combat contra la seva pobresa inicial la virtut principal. La fortalesa cultural barcelonina rau gairebé exclusivament en la potència del talent de les seves gentes d'origen. I de la barreja cosmopolita de gentes aquí arribades, un mosaic molt recent. Un mosaic articulat, malgrat que s'hi practiquen fins a 250 llengües. Un talent aplicat a la passió per la novetat i la creativitat. Incubadora de la creativitat i de la innovació, Barcelona és l'herald espanyol de la creació i el comerç cultural. De la cinematografia i de la publicitat. De la nova arquitectura i del nou urbanisme. De la moda i del disseny.

En periodisme ha sabut combinar, al llarg del segle XX, realitats antagòniques: els diaris burgesos més curosos (*La Veu de Catalunya*, 1899; *Mirador*, als anys vint) o revistes de qualitat alta i glamurosa (*D'ací i d'allà*, 1908), amb la més combativa premsa anarquista (*Solidaridad obrera*, 1907). La millor revista falangista (*Destino*, 1937) amb la millor revista comunista (*Nous Horitzons*, 1962). Les revistes d'humor més àcid (des del *Papitu* i *L'Esquella de la Torratxa* anteriors a la Guerra Civil, fins als recents *El Papus* i *El Jueves*) i diaris esportius (*Dicen*, *El*

Mundo Deportivo i *l'Sport*), generalment apassionats pels colors blaugrana del Barça.

En aquests darrers trenta anys, ha generat novetats substantives, com la profitosa transformació del disseny d'un diari tradicional, *La Vanguardia*, o la creació el 1978 d'*El Periódico de Catalunya*, model d'èxit que hibrida allò popular

“Tot sovint a les iniciatives periodístiques i culturals barcelonines els manca grandària empresarial”

amb la qualitat; i que és pioner en la doble edició lingüística, en català i castellà. O la inauguració a Espanya de la multiimpressió i la multicentralitat, que va possibilitar la bicapitalitat de redaccions d'un mateix diari, *El País*, des del 1982. O el sorgiment del primer rotatiu escrit íntegrament en català després de la Guerra Civil (abans ja n'hi va haver una trentena, ràpidament tancats per la dictadura), *l'Avui* (1976).

També en l'àmbit associatiu periodístic Barcelona/Catalunya és pionera, amb corporacions molt actives com l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal (1982) i l'Associació de Publicacions Periòdiques en Català (1983). O en la

institucionalització de l'autoregulació de la professió, mitjançant el Consell de la Informació de Catalunya, fundat el 1997 pel Col·legi de Periodistes.

És cert que tots aquests èxits s'acompanyen d'alguns fracassos molt sonors, de manera que els catalans salten amb certa facilitat de l'èxtasi a la depressió, de l'orgull excessiu a la humilitat exagerada. Tot sovint a les iniciatives periodístiques i culturals barcelonines els manca grandària empresarial. Els manca l'ambició suficient per a la recerca de mercats més amplis. Freqüentment les innovacions que s'hi generen exporten les seves seues a altres ciutats, per acció o per omissió. La indústria de la comunicació convencional ha arribat a un cert sostre, que pugna per trencar. Les noves tecnologies, els desenvolupaments audiovisuals i la Xarxa ofereixen a les capçaleres i empreses més anyenques l'ocasió d'adaptar-s'hi. I brinden als projectes de nou encuny oportunitats extraordinàries.

Així, la subcontractació de continguts digitals i audiovisuals, amb empreses com Lavinia o Mediapro, esdevé una font de noves capacitats. O el disseny, redisseny i consultoria de diaris, com demostren companyies de referència europea i mundial com ara Cases i Associats. El poder de la premsa impresa es vivifica, així, amb els nous poders d'alt component tecnològic.

Es tracta de nous àmbits en què operar; en què Barcelona i les seves gentes poden i han de realitzar noves aportacions. Ho ha de fer si vol mantenir-se viva i continuar despertant admiració. Pot fer-ho, perquè la xarxa, el disseny i els serveis constitueixen terrenys de joc i activitats en què la innovació resulta més decisiva que l'economia d'escala, activitats que sintonitzen amb les habilitats i percepcions autòctones: en què l'àmbit ciutadà preval sobre l'estatista. Perquè el futur pot arrencar del passat, però només depèn de nosaltres mateixos. ■